

PROGRAMME DE FORMATION

Relations presse : toucher efficacement les médias nationaux

Objectifs de la formation

- Identifier ses médias (traditionnels comme nouveaux médias) nationaux cœur de cible et les angles susceptibles de les intéresser
- Sélectionner les bons supports et les bonnes actions pour toucher ces médias
- Collaborer en partenariat pour mutualiser les moyens et les actions
- Adapter ses relations presse pour les rendre plus responsables

Programme

Les offices de tourisme et acteurs du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes se sont professionnalisés ces dernières années, notamment en matière de relations presse. Un certain nombre d'entre-eux dispose déjà d'outils efficaces (dossiers de presse, communiqués de presse) et organisent régulièrement des événements à destination des médias notamment locaux et régionaux. Cette professionnalisation acquise une difficulté perdure parfois : la façon dont toucher efficacement les médias et journalistes nationaux. En effet, ces acteurs ont des pratiques et contraintes différentes des journalistes locaux. Ils manquent de temps, sont sur-sollicités par les destinations, connaissent un changement de génération... Ces éléments sont à prendre en compte afin de bâtir une stratégie de relations presse personnalisée et pertinente pour toucher cette cible exigeante.

Module 1 : Qui sont les journalistes nationaux en 2024 et quelles sont leurs attentes ?

- Etat des lieux des médias et journalistes tourisme
- Des journalistes qui travaillent avec des contraintes de plus en plus nombreuses
- Des journalistes en attente d'angles et de sujets qui correspondent aux aspirations des Français et qui sont différenciant
- Journalistes / Influenceurs : quelle frontière ? quelles relations ?
- De nouveaux médias qui émergent, avec un modèle économique hybride (publi-rédactionnel)

Module 2 : Toucher les journalistes nationaux de façon efficace

- Mettre en place un plan d'action RP annuel pour travailler sur la durée
- Travailler avec un cœur de cible de journalistes nationaux : les identifier, les contacter, entretenir la relation
- Développer des relations presse
- -personnalisées : de la prise de contact, à la proposition de sujet en passant par des supports individualisés
- Ce que les journalistes nationaux attendent en matière de dossiers de presse et de communiqué de presse
- Mettre en place des accueils presse sur mesure : programme, road-book...
- Préparer ses porte-paroles et ses prestataires pour qu'ils répondent aux mieux aux attentes des journalistes tout en faisant passer leurs propres messages
- Évaluer ses actions et retombées presse

Module 3 : Travailler de façon partenariale et/ou collective

- Travailler avec son ADT référent ou avec Auvergne-Rhône-Alpes
- Participer aux actions de collectifs d'acteurs comme France Montagne, ADN Tourisme ou club presse d'offices de tourisme
- S'appuyer sur les associations de journalistes : AJT, clubs de presse...
- Faire appel à une agence ou un prestataire externe pour des opérations



Module 4 : Mettre en place des relations presse responsables

- Les relations presse comme acte de communication responsable : angles proposés, sensibilisation au tourisme durable, choix des sujets poussés
- Rendre ses outils rédactionnels plus vertueux sur le fond comme sur la forme
- Décarboner ses accueils et événements presse

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Chargé.e des relations presse avec une pratique confirmée

Prérequis

Avoir suivi le module "Optimiser ses relations presse" proposé par Trajectoires Tourisme ou à défaut disposer d'une pratique confirmée des relations presse (évaluée via le questionnaire pré-formation)

Matériel nécessaire :

- Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour les classes virtuelles. L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.
- Disposer de ses supports et plan d'action Relations Presse

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Marie TISSIER, formatrice spécialisée dans la communication presse.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pre-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation
- Evaluation des acquis par l'intervenante en fonction des objectifs visés : quizz final, tour de table...

Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

Durée

1.00 jour(s)
7:00 heures